

שופרסל מכוונת למרכז הרווח השמן של תנובה - גבינה צהובה פרוסה

הרשת מרחיבה את המותג הפרטי ותעלה למדפים גבינה צהובה ארוזה במחיר נמוך ב-35% משל תנובה. שופרסל כבר נגסה בנתח השוק של עמק במעדנייה

פורסם בכלכליסט - נורית קדוש 1.12.16

מכה נוספת לתנובה מצד הלקוח הקמעונאי הגדול ביותר של החברה. ל"כלכליסט" נודע כי בשבועות הקרובים תשיק רשת שופרסל גבינה צהובה פרוסה וארוזה במקררי החלב, תחת המותג הפרטי. הגבינה הפרוסה והארוזה תוצע במחיר של 4.2 שקל ל-100 גרם, דומה למחיר הגבינה הנמכרת במעדנייה תחת פיקוח המחירים, ונמוך בעשרות אחוזים ממחיר גבינות עמק ונעם הארוזות במקררי החלב. מדובר בהעמקת הכניסה של שופרסל באמצעות המותג הפרטי לתחום מוצרי החלב, בקטגוריה שבשליטת מותג עמק של תנובה, והפעם לתת-הקטגוריה שלפי הערכות היא בין הרווחיות ביותר בעבור תנובה. מכירות קטגוריית הגבינה הצהובה עומדות על כמיליארד שקל בשנה ומתחלקות בין המעדנייה (60%) לאריזות במקררים (40%). הגבינות הצהובות הארוזות יובאו בעבור שופרסל על ידי חברת וילי פוד ועל ידי יבואנית הגבינות נני סיימן מפולין ומהולנד. זאת במסגרת פתיחת מכסות פטורות ממכס לייבוא גבינה צהובה, אשר הורחבה השנה לקטגוריית הגבינות הארוזות.

שופרסל השתלטה על שליש מהמעדנייה

לפני שנה וחצי חדרה שופרסל עם המותג הפרטי לתחום החלב עם חלב ניגר, שוקו, שמנת מתוקה וגבינות קשות, שנמכרות במשקל במעדנייה. במסגרת זו השיקה הרשת גבינה צהובה, מקבילה לעמק של תנובה ונועם של טרה, אשר נמכרה במשקל במעדנייה במחיר של 3.79 שקל ל-100 גרם, בעת שבה עמד המחיר המפוקח ל-100 גרם מוצר זה על 4.54 שקל. מנתוני סטורנקסט שהגיעו לידי "כלכליסט" עולה כי המכירות הכמותיות של הגבינה הצהובה בחודשים יוני עד ספטמבר השנה הסתכמו ב-7,073 טון. בשופרסל עמד המכר הכמותי בתקופה זו על 1,733 טון, אשר 1,021 טון מתוכם נמכרו במעדנייה. בזירה זו שבה פועל המותג הפרטי של הרשת, הוא חלב בתקופה האמורה על 30.2% מהמכר הכמותי. המשמעות היא שכשליש מהמכר הכמותי של הגבינה הצהובה במעדנייה הועבר מידי תנובה וטרה לידי שופרסל. בפן הכספי, נוכח העובדה שהמותג הפרטי נמכר במחיר נמוך משמעותית מהמחיר המפוקח, הסתכמו מכירות הגבינה הצהובה במעדניות שופרסל ב-40 מיליון שקל, כשהמותג הפרטי אוזח ב-23.9%.

ההשקה של הגבינות הארוזות המיובאות, אשר ימכרו בפער מחירים ניכר מאלה של תנובה וטרה, צפויות ליצור טלטלה במקררי הגבינות. הגבינות של שופרסל ישווקו באריזות במשקל 150 גרם ב-6.3 שקל לעומת אריזות 200 גרם של טרה ותנובה במחיר כ-12.8 שקלים. מהלך זה צפוי להציב את תנובה וטרה בפני החלטה מורכבת האם להוריד את המחיר מהמוצר הרווחי, כדי לבלום פגיעה בנתח השוק או להשאיר את תת-הקטגוריה הזו כמרכז רווח, גם אם תחת נתח שוק קטן יותר.

בשנתיים האחרונות יישם משרד הכלכלה החלטת ממשלה לפתיחת מכסות יבוא פטורות ממכס לגבינה קשה. מסקירה שערך משרד הכלכלה על השינויים בשוק זה מאז הוכנסו ב־2015 המכסות לתוקף עולה כי על אף שהמחיר הממוצע של גבינה צהובה במעדנייה, המצוי תחת פיקוח מחירים, נמוך בכ־30% ממחיר הגבינה על המדף: 41.4 שקל לק"ג במעדנייה לעומת 64 שקל לק"ג על המדף, קיימת מגמה של גידול בצריכת הגבינה הצהובה על המדף וקישון בצריכת הגבינה שבמעדנייה.

יחד עם זאת, מהסקירה עולה כי מאז שהחל ההליך התחרותי ליבוא גבינה קשה קיימת מגמה של הגדלת המגוון והוזלת מחירי הגבינה הצהובה הן על המדף והן במעדנייה. תנובה, שמובילה את הקטגוריה, ספגה את הפגיעה הקשה ביותר ונתח השוק שלה במעדנייה ירד מ־65.3% ב־2014 ל־53.3% ב־2016. לעומת זאת, כיוון שההליך התחרותי לא פעל במקרה הגבינות הארוזות, נתח השוק של תנובה ירד בשיעור נמוך יותר מ־58.1% ב־2014 ל־54% השנה.

הייבוא יתרחב במטרה להוריד מחירים על המדף

התחרות הצפויה לתנובה עתידה עוד להתרחב. בתחילת החודש הכריזה ועדת המכסות של משרד הכלכלה והתעשייה על הזוכים במכסות פטורות ממכס לייבוא גבינה צהובה ב־2017 בהיקף של 5,500 טון. החידוש המשמעותי השנה הוא שנפתחו במקביל שני מסלולי תחרות לייבוא: מסלול לגבינות במעדנייה ומסלול חדש לגבינות באריזה קמעונאית הנמכרות על המדפים. בין הזוכים: רמי לוי, אושר עד, וילי פוד, נטו וסיימן. רמי לוי כבר השיק את הגבינה הצהובה הארוזה תחת המותג הפרטי שלו ב־3.6 שקל ל־100 גרם.

על פי נתוני משרד הכלכלה והתעשייה, טווח המחירים לצרכן, אשר לו התחייבו הזוכים במכסות הגבינות הצהובות הארוזות המיועדות למדפים לשנת 2017, נמוך בכ־30%–40% מהמחיר הממוצע של גבינה צהובה באריזה כיום. במקביל, טווח המחירים של הזוכים בגבינות למעדנייה נמוך בכ־20% מהמחיר הממוצע של גבינה צהובה במעדנייה כיום.